

**О НАПРАВЛЕНИЯХ УПРАВЛЕНИЯ РОЗНИЧНЫМ ТОВАРООБОРОТОМ
НА ОСНОВЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ СТРУКТУРОЙ**

В данной статье рассмотрены основные направления наращивания объемов розничного товарооборота путем совершенствования ассортиментной политики.

This article discusses the main methods of increasing the systemic turnover of improving the assortment policy.

Ключевые слова: розничный товарооборот; ассортимент; структура; факторы; методы.

Key words: retail turnover; assortment; structure; factors; methods.

Мероприятия для совершенствования политики управления товарооборотом торговой организации должны быть нацелены как на повышение объемов товарооборота, так и на получение максимальной прибыли от реализации и общее оздоровление финансового состояния компании.

На основании анализа организационно-экономической деятельности торговой организации, проведенного во второй главе данной дипломной работы, можно выделить сильные и слабые стороны организации, которые отражены в таблице 1.

Таблица 1 – Сильные и слабые стороны торговой организации

Сильные стороны	Слабые стороны
Использование метода ассортиментного перечня	Ассортиментная политика направлена на реализацию товаров отечественного производства
Ассортиментный перечень разработан для каждого торгового объекта	Высокий уровень государственного регулирования формирования ассортимента (доводится письмом с минимальными ассортиментными перечнями)
Глубина и широта ассортимента зависят от специализации торгового объекта	Отсутствие должности логистика, ответственного за сбор, обработку и анализ внешней информации, касающейся формирования ассортимента
На формирование ассортимента влияют внешние факторы: демография, доходы населения, спрос и предложение на рынке	Многочисленные государственные органы, осуществляющие контроль за ассортиментным перечнем всех магазинов
Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных организации.	

Для совершенствования деятельности работы торговой организации можно предложить следующие мероприятия:

- совершенствовать ассортиментный перечень по продовольственным товарам, включающий новые ассортиментные позиции;
- проводить внутригрупповой АВС-анализ продовольственных товаров с целью выявления позиций, наименее пользующихся спросом.

Для повышения эффективности использования персонала торговой организации прежде всего необходимо повысить производительность труда. Основным резервом увеличения производительности труда работников является увеличение розничного товарооборота, заготовительного оборота, товарооборота общественного питания и т. д. Но также при увеличении объемных показателей необходимо увязывать их с таким показателем, как прибыль.

Рост товарооборота на основе увеличения объема производства товаров, расширения их ассортимента и повышения качества, роста денежных доходов населения сопровождается увеличением средней стоимости покупок и ведет к росту производительности труда. Этот фактор оказывает особенно значительное влияние на производительность труда в магазинах с небольшим количеством работников, в которых увеличение товарооборота до определенного уровня не влечет за собой роста численности работников [1].

Развитию розничного товарооборота способствует осуществление заданий, намеченных в социально-экономической программе развития потребительской кооперации, разрабатываемых Правлением Белкоопсоюза на пятилетку.

К ним, в частности, можно отнести:

- обеспечение торговыми площадями обслуживаемого населения не ниже установленного социального стандарта;
- осуществление специализации торговой сети по населенным пунктам в зависимости от численности проживающего населения;
- совершенствование ассортиментной политики, технологии торговых процессов, дооснащение магазинов холодильным оборудованием, установление оптимальных режимов работы;
- стимулирование спроса через механизмы товарного кредитования;
- расширение форм и методов розничной торговли: ярмарки, базары, выносная торговля, фирменная, сезонная торговля, доставка товаров на дом, реконструкция рынков Белкоопсоюза;
- восстановление работы ранее закрытых магазинов, реконструирование имеющихся торговых объектов с переводом их на самообслуживание;
- увеличение объемов реализации непродовольственных товаров;
- расширение спектра платных услуг, оказываемых населению;
- осуществление дополнительных мероприятий по расширению практики реализации товаров и услуг с предоставлением населению потребительского кредита;
- формирование новой товаропроводящей сети по торговле непродовольственными товарами, что позволит расширить их ассортимент, повысить конкурентоспособность торговых организаций и нормализовать расчеты.

Планирование общего объема розничного товарооборота в торговой организации обычно начинается с определения его ожидаемой величины, так как план разрабатывается за несколько месяцев до наступления планируемого периода и к этому моменту отсутствуют фактические показатели за текущий год [2].

Используя опытно-статистический метод, определим плановый объем розничного товарооборота торговой организации исходя из сопоставимого товарооборота за отчетный год и среднегодового темпа изменения товарооборота за три года, предшествующих планируемому:

$$\text{Среднегодовой темп роста} = \sqrt[3]{\frac{1882,9}{20283,9}} = 0,304, \text{ или } 30\%;$$

$$PTO_{пл} = (1882,9 \cdot 30) : 100 = 564,9 \text{ тыс. р.}$$

Итак, при планировании опытно-статистическим методом розничный товарооборот должен составить 564,9 тыс. р.

Разработаем плановый объем розничного товарооборота по общему объему исходя из потребности в финансовых ресурсах и расчета экономических границ деятельности организации (точек безубыточности).

Потребность в финансовых ресурсах – 17 тыс. р., доля отчислений из прибыли – 18%, сумма расходов на реализацию – 1 598 тыс. р.

Рассчитаем уровень доходов от реализации методом скользящей средней, данные для расчета представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Данные для расчета планируемого уровня дохода от реализации методом скользящей средней

Динамический ряд, гг.	Уровень доходов от реализации товаров, %	Цепной прирост уровня доходов, процентных пунктов	Выравненные показатели, %
2016	17,31		
2017	16,00	–1,31	
2018	14,63	–1,37	–1,34
2019	19,07	4,44	1,535
Примечание – Источник: собственная разработка.			

Планируемый объем розничного товарооборота равен:

$$(1\,618,06 : 23,49) \cdot 100 = 6\,888,3 \text{ тыс. р.}$$

Рассчитаем критические объемы деятельности торговой организации – точка безубыточности и точка минимальной рентабельности [3].

В торговой организации сумма постоянных расходов равна 404 тыс. р., переменных расходов равна 436 тыс. р., управленческие расходы равны 145 тыс. р., плановый уровень доходов от реализации – 23,49%, уровень переменных расходов – 16,89%.

Объем розничного товарооборота, при котором торговая организация в 2020 г. не получит ни убытка ни прибыли, составит 8 318,2 тыс. р.

Для существенного улучшения обслуживания сельского населения магазину необходимо осуществлять разные мероприятия:

- обеспечить расширение ассортимента товаров и их поставщиков;
- улучшить логистику доставки товаров в организации потребительской кооперации оптовым звеном с целью снижения их цены;
- значительно активизировать проведение акционных мероприятий и снижение цен на товары до уровня конкурентов;
- уменьшить торговую надбавку на определенные группы товаров;
- выплачивать продавцам причитающуюся им заработную плату в полном объеме;
- обновить или установить в магазине более современное торговое и холодильное оборудование;
- автоматизировать необходимые процессы в магазинах;
- обеспечивать открытую выкладку товаров по методам мерчендайзинга;
- активнее организовывать торговлю востребованными товарами и по конкурентным ценам.

Торговое обслуживание должно строиться на реальных потребностях сельского населения, при этом обязательно должны учитываться и обеспечиваться ценовой фактор, более широкий ассортимент товаров, высокая культура обслуживания, акции и дисконтные карты для покупателей.

В торговле особенно очевидно, что частная форма собственности более результативна. Правильная торговля – это главным образом выдержка баланса, чтобы на рынке присутствовали разные игроки. Потребительская кооперация по сути обречена. У них в корне неверный подход к торговле. Они торгуют тем, что дешевле можно купить, а не тем, что можно дороже продать. Именно по этой причине, когда в первой половине 2019 г. по всей стране розничный товарооборот вырос более чем на 10%, в потребительской кооперации он упал на столько же.

Организация потребительской кооперации не справляется с обслуживанием сельских населенных пунктов: «Основная проблема в том, что убыточная работа приводит к отсутствию средств, а если нет средств, то и рассчитаться за поставленный товар нечем. В результате магазины, расположенные в населенных пунктах с населением до 2 тыс. жителей, не получают товар. Поставщики отказываются его грузить, так как по ряду позиций организация становится хроническим должником. Проблема с ассортиментом нарастает как «снежный ком».

Необходимо четко определиться: что нам надо в организации, а что – нет, и каким ему вообще быть в будущем.

Торговой организации необходимо поменять свой формат работы. Это даст возможность составить конкуренцию. Планируется в 2019 г. завершить полностью реформирование всех торговых точек. Не только в райцентрах, крупных сельских населенных пунктах, но и в мелких. Активно идет переформатирование торговых объектов в агрогородках. Устанавливается и новое кассовое оборудование.

Остается добавить, что, по сообщениям Белстата, Белкоопсоюз имеет значительные долги перед поставщиками. Его доля в дебиторской задолженности достигала порой 30%.

Естественно, созданная более ста лет назад система потребительской кооперации – устойчивый бренд, проверенный временем, и сдавать позиции не собирается. По нашему мнению, по части рекламы уже сегодня проигрывает сильно. Здесь у «Евроопта» несомненные успехи – все слышаны о дешевизне, всевозможных акциях и так далее.

Тем не менее, по части снижения цен тот же «Евроторг» далеко не монополист. «Белкоопсоюз» и, соответственно, организации потребительской кооперации имеют акционно скидочную программу. Здесь и так называемые «товары дня» по сниженным ценам и скидки на группы товаров, которые меняются ежедневно. И еще одно: здесь есть стабильность, а это немаловажно. И пусть это затратно и даже убыточно, но без магазинов райпо, имеющих не только экономическую, но и социальную значимость, даже самой маленькой деревушке не обойтись.

Список использованной литературы

1. **Программа** социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы : утв. Указом Президента Респ. Беларусь № 466 от 15 дек. 2016 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.government.by/upload/docs/program_ek2016-2020.pdf. – Дата доступа : 06.01.2021.
2. **Экономика** торговли : учеб. пособие : в 2 ч. / А. З. Коробкин [и др.] ; под ред. А. З. Коробкина. – Минск : Выш. шк., 2020. – Ч. 1. – 271 с.
3. **Экономика** торговли : учеб. пособие : в 2 ч. / А. З. Коробкин [и др.] ; под ред. А. З. Коробкина. – Минск : Выш. шк., 2020. – Ч. 2. – 220 с.